

ХОРАЗМ МАЪМУН АКАДЕМИЯСИ АХБОРОТНОМАСИ



ВЕСТНИК ХОРЕЗМСКОЙ АКАДЕМИИ МАЪМУНА
BULLETIN OF KHOREZM ACADEMY MAMUN

2023 – 10/4

**ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ ФАНЛАР
АКАДЕМИЯСИ МИНТАҚАВИЙ БЎЛИМИ
ХОРАЗМ МАЪМУН АКАДЕМИЯСИ**

**ХОРАЗМ МАЪМУН
АКАДЕМИЯСИ
АХБОРОТНОМАСИ**

Ахборотнома ОАК Раёсатининг 2016-йил 29-декабрдаги 223/4-сон қарори билан биология, қишлоқ хўжалиги, тарих, иқтисодиёт, филология ва архитектура фанлари бўйича докторлик диссертациялари асосий илмий натижаларини чоп этиш тавсия этилган илмий нашрлар рўйхатига киритилган

2023-10/4

**Вестник Хорезмской академии Маъмуна
Издается с 2006 года**

Хива-2023

Бош муҳаррир:

Абдуллаев Икрам Искандарович, б.ф.д., проф.

Бош муҳаррир ўринбосари:

Ҳасанов Шодлик Бекнўлатович, к.ф.н., к.и.х.

Таҳрир ҳайати:

<p>Абдуллаев Икрам Искандарович, б.ф.д., проф. Абдуллаева Муборак Махмусовна, б.ф.д., проф. Абдуҳалимов Баҳром Абдурахимович, т.ф.д., проф. Агзамова Гулчехра Азизовна, т.ф.д., проф. Аимбетов Нагмет Каллиевич, и.ф.д., акад. Аметов Якуб Идрисович, д.б.н., проф. Бабадҷанов Хушнот, ф.ф.н., проф. Бекчанов Даврон Жуманазарович, к.ф.д. Буриев Хасан Чутбаевич, б.ф.д., проф. Ганджаева Лола Атаназаровна, б.ф.д., к.и.х. Давлетов Санжар Ражабович, тар.ф.д. Дурдиева Гавҳар Салаевна, арх.ф.д. Ибрагимов Бахтиёр Тўлаганович, к.ф.д., акад. Исмаилов Исҳақжон Отабаевич, ф.ф.н., доц. Жуманиёзов Зоҳид Отабоевич, ф.ф.н., доц. Жуманов Мурат Арепбаевич, д.б.н., проф. Кадирова Шахноза Абдухалиловна, к.ф.д., проф. Каримов Улугбек Темирбаевич, DSc Курбанова Саида Бекчановна, ф.ф.н., доц. Қутлиев Учқун Отобоевич, ф-м.ф.д. Ламерс Жон, қ/х.ф.д., проф. Майкл С. Энжел, б.ф.д., проф. Махмудов Рауфжон Баходирович, ф.ф.д., к.и.х. Мирзаев Сирожиддин Зайниевич, ф-м.ф.д., проф. Мирзаева Гулнара Саидарифовна, б.ф.д.</p>	<p>Пазилов Абдуваеит, б.ф.д., проф. Раззақова Сурайё Раззоқовна, к.ф.ф.д., доц. Рахимов Раҳим Атажанович, т.ф.д., проф. Рахимов Матназар Шомуротович, б.ф.д., проф. Рўзметов Бахтияр, и.ф.д., проф. Садуллаев Азимбой, ф-м.ф.д., акад. Салаев Санъатбек Комилович, и.ф.д., проф. Сапарбаева Гуландам Машириповна, ф.ф.ф.д. Сапаров Каландар Абдуллаевич, б.ф.д., проф. Сафаров Алишер Каримдҷанович, б.ф.д., доц. Сирожов Ойбек Очилович, с.ф.д., проф. Сотитов Гойитназар, қ/х.ф.д., проф. Тожибаев Комилжон Шаробитдинович, б.ф.д., академик Холлиев Аскар Эргашевич, б.ф.д., проф. Холматов Бахтиёр Рустамович, б.ф.д. Чўпонов Отаназар Отоҷонович, ф.ф.д., доц. Шакарбоев Эркин Бердиқулович, б.ф.д., проф. Эрматова Жамила Исмаиловна, ф.ф.н., доц. Эшчанов Рузумбой Абдуллаевич, б.ф.д., доц. Ўразбоев Ғайрат Ўразалиевич, ф-м.ф.д. Ўрозбоев Абдулла Дурдиевич, ф.ф.д. Ҳажиева Мақсуда Султоновна, фал.ф.д. Ҳасанов Шодлик Бекнўлатович, к.ф.н., к.и.х. Худайберганова Дурдона Сидиқовна, ф.ф.д.</p>
--	--

Хоразм Маъмун академияси ахборотномаси: илмий журнал.-№10/4 (107), Хоразм Маъмун академияси, 2023 й. – 181 б. – Босма нашрнинг электрон варианты - <http://mamun.uz/uz/page/56>

ISSN 2091-573 X

Муассис: Ўзбекистон Республикаси Фанлар академияси минтақавий бўлими – Хоразм Маъмун академияси

МУНДАРИЖА
ФИЛОЛОГИЯ ФАНЛАРИ

Abduraximova J.S. International large-scale assessments	5
Alimova S.S. Ingliz tilida gender kategoriyasi	7
Allaberdiyev A. Buxoro o'g'uz shevalarida ko'makchilarning qo'llanishi	10
Ametova U. Bobur va tasavvuf	13
Amriddinova N.Sh. Phraseological fund of English and Tajik languages with support of structural substantivation	15
Aripova Sh. Tarixiy davrlarda nikoh leksemasi va u bilan bog'liq lug'aviy ifodalarninig vujudga kelishi	18
Azizova N.E. English phrase units and paremiological units for human appearance	22
Badalova J.J. Abdulla Qodiriy ijodining xorijda o'rganilishi	26
Baratova D.S. Aforizmlarning ommaviy axborot vositalarida qo'llanilishi	28
Begimov O.T. Ellipsis hodisasi va uning Janubiy O'zbekiston oronimiyasida voqelanishi	30
Boboqulova G.B. Ingliz va o'zbek tillarida "hayot" yoki "o'lim" ni ifodalovchi elementlariga ega bo'lgan frazeologik birliklar	34
Boltayev N. Radioboshlovchi: kommunikativ strategiya va nutqiy taktika	37
Burxonova M.M. Olfaktorlikning tilshunoslikda o'rganilishi	41
Davidov Yu.J. Polisemiya hodisasining hosil bo'lish sabablari	43
G'afforov N. Tilshunoslikda sport atamaları tahlili	47
Imomqulova G.N. Said Ahmadning "Yalpiz hidi", "Azroil o'tgan yo'llarda" hikoyalarida ijodkor kechinmalari	50
Hamidov H.A. Antropomorfik metaforalarning publisistik matndagi pragmatik imkoniyatlari	53
Jorakulova X. Educational novel - a new type of novel	55
Jorakulova X. Documentary truth and author's hypothesis in the educational novel	58
Jumaev B.X. Ingliz va o'zbek tillarida o'lim /death mazmunli frazemalarning chog'ishtirma tahlili	61
Karimjonova Sh.R. Ingliz va o'zbek tillarida kauzativ fe'l yasalishidagi o'xshashlik va farqlar	64
Khudaiberdieva D.M. Combination of colour and sound in the poetry of Sergei Yesenin	67
Khushmurodova Sh.Sh. Language, identity and bilingualism	70
Koziyeva I.K. Rus va o'zbek tili antroponimikasining leksik tizimi	74
Mahmudova X.R. Aholining moliyaviy savodxonligini oshirishda ommaviy axborot vositalarining o'rni va ta'siri	77
Masharibova L.R. Tabiat hodisalarini ifoda etishning onomasiologik prinsiplari	82
Mukhammadiyarov A. Adjectives in portraying «linguistic personality» in english and karakalpak	84
Muhammadjonova G. Musavvir obrazi va badiiy talqin masalalari	86
Ne'matova G.B. Matbuotda turizmning ko'rinishlari va yo'nalishlari	90
Nigmatullina A.Sh. O'zbek tilida ekoterminlar tarjimasining leksik-semantik xususiyatlari tahlili	94
Qodirova B.I. O'zbek va qozoq tillarida so'zlarning morfologik tarkibiga doir terminlar qiyosi	97
Qosimova F. Til, ong va madaniyatning o'zaro bog'liqligi	100
Qoxxorova M.A. Enhancing english language acquisition through the integration of authentic materials in teaching	103
Qurbonov S. Ironik mazmun ifodalovchi vositalarning pragmatik imkoniyatlari	106
Raimova H. Xorazm adabiy muhiti haqidagi ayrim mulohazalar	109
Raxmonov U.T. Rasmiy ish qog'ozlari matnlarini yaratish bo'yicha ko'nikma va malakalarni rivojlantirish usullari	111
Ro'ziyev Q.T. O'zbek tilidagi xalqaro sport terminlari va sinonimlari	114
Shermatova N.I. Ingliz va o'zbek tillari somatizmlarning leksik-semantik tasnifi	118
Shodikhonov S. Military terminology in uzbek, russian, and english languages	120
Soatova N.I. She'riyatda an'anaviylikning badiiy ifodasi	123
Sobirova D.R. Tibbiy reklamalarda nutqiy aktning voqelanishi	126
Turakulova D.M. Lingvomadaniy konseptning shakllanishi va o'ziga xos xususiyatlari	128
Xolmatova N. Terminologiya va onomastika tushunchasining kelib chiqishi	131
Xolmirzayev J. "Qunduz bilan Yulduz" dostonidagi fonetik dialektizmlar va ularning qo'llanilish xususiyatlari	133
Xolova M.A. Surxondaryo viloyati shevalari korpusida sheva birliklarining morfologik annotatsiyasiga doir ayrim qaydlar	136
Yusupova M.I. Metafora "vatanparvarlik" konsepti verbalizatori sifatida	140

5. Jamol Kamol. Shuhrat she'ringing uslubiy xususiyatlari / Lirik she'riyat. –T.: Fan, 1986.
6. Normatov U. Shuhrat. –T.: G'.G'ulom nomidagi badiiy adabiyot nashriyoti, 1969; Yana o'sha muallif. Ijod sehri. –T.: Sharq, 2007.
7. Aldasheva Sh. 70–90 yillar o'zbek lirikasida to'rtlik, sakkizlik va she'riy turkum tabiati: Filol.f.f d. (PhD). diss –Toshkent., 2019.
8. O'zbekiston Milliy ensiklopediyasi. 5 jild. –T.: O'zbekiston Milliy ensiklopediyasi, 2008. –B.68-69.
9. Sharipova L. O'zbek she'riyatida folklorizm. (XX asrning 70-80-yillari o'zbek she'riyati asosida). –T.: Fan, 2011. –B.16.
10. Alaviya M. O'zbek xalq qo'shiqlari. –T.: O'zSSR FA nashriyoti, 1959. –B.27-29.

UO'K 81

TIBBIY REKLAMALARDA NUTQIY AKTNING VOQELANISHI

D.R.Sobirova, PhD, Buxoro davlat universiteti, Buxoro

Annotatsiya. *Inson muloqotga kirishar ekan, turli-tuman nutqiy aktlar vositasida o'z fikrlarini ifoda etadi. Nutqiy aktlar muloqot ishtirokchilarining muloqotga kirishishdan ko'zlangan maqsadga erishish vositasi bo'lib xizmat qiladi. Ushbu maqolada muloqotda nutqiy akt, kommunikativ intensiya masalalari tibbiy reklamalar misolida yoritiladi.*

Kalit so'zlar: *tibbiy reklama, nutqiy akt, kommunikativ intensiya, lokutsiya, illokutsiya, fatik nutqiy akt, retik nutqiy akt.*

Аннотация. *Когда человек вступает в общение, он выражает свою речь с помощью различных речевых актов. Речевые акты призваны помочь участникам диалога войти в диалог. В трёх статьях речевой акт в общении, вопросы коммуникативной интенсивности освещаются на примере медицинской рекламы.*

Ключевые слова: *медицинская реклама, речевой акт, коммуникативная интенция, локуция, иллокуция, фатический речевой акт, риторический речевой акт.*

Abstract. *When a person engages in communication, he expresses his speech with the help of various speech acts. Speech acts are intended to help the participants of the dialogue to enter the dialogue. In three articles, speech act in communication, communicative intensive issues are covered on the example of medical advertisements.*

Key words: *medical advertising, speech act, communicative intention, locution, illocution, phatic speech act, rhetorical speech act.*

Nutqiy akt – so'zlovchining ma'lum bir nutqiy vaziyatda, aniq maqsadda tinglovchiga lisoniy murojaatidir. Bu tushuncha jahon pragmalingsvistikasida XX asrning 50-yillarida o'z nazariy asoslariga ega bo'ldi. Bunda J.Ostin, J.Syorl va J.Lich kabi olimlarning qimmatli ta'limotlari muhim o'rin egalladi.

Nutqiy aktlarning xilma-xil ko'rinishlari mavjud bo'lib, ularni bir necha tomonlama tasniflash mumkin:

I. Semantik xususiyatiga ko'ra nutqiy aktlar: iltimos, hurmat, buyruq, hukm, talab, maslahat... kabi mazmunlardagi nutqiy aktlar.

II. Sistem-struktur xususiyatiga ko'ra nutqiy aktlar:

a) lokutiv nutqiy akt (fonetik nutqiy akt, fatik nutqiy akt, retik nutqiy akt); Lokutsiya akti nutq bosqichi, lingvistik ifoda bosqichi, ya'ni fikrning lingvistik vositalar yordamida bevosita ifodalanish jarayoni demakdir;

b) illokutiv nutqiy akt (illocution, lot. il- < ichida) gap ma'nosining pragmatik komponenti bo'lib, so'zlovchining kommunikativ maqsadini aks ettiradi;

d) perllokutiv nutqiy akt (perlocution, lot. per- orqali) adresatga ta'sir ko'rsatish uchun xizmat qiladi.

Tibbiy reklama diskursida nutqiy aktlar reklamadan ko'zlangan kommunikativ intensiyaga erishish vositasi bo'lib xizmat qiladi. Tibbiy reklamalarni yaratishda kopirayterlar ifoda maqsadiga ko'ra xabar, iltimos, maslahat, iltifot, g'amxo'rlik kabi xilma-xil nutqiy aktlardan foydalanadilar:

Maslahat nutqiy akti:

Burun bitsa va grippni davolash kerak bo'lsa, nazoferondan foydalaning. Nazoferon tanani gripp va viruslardan himoya qiladi. Nazoferon preparatini chaqaloqlar, homilador va emizikli ayollar uchun qo'llashga imkon beradi.

Farzandim bog'chaga borishi kerak bo'lsa, men xotirjamman! Chunki nazoferon bilan biz himoyadamiz!

Nazoferon – yaqinlaringizni himoya qiling! («Nazoferon» vositasi reklama matnidan)

Tibbiy reklama matnida adresatlarga burun bitishi va grippni davolashda «Nazoferon»dan foydalanish mumkinligi tavsiya etiladi. Bunda maslahat nutqiy akti «foydalaning», «himoya qiling» fe'llari yordamida yuzaga chiqadi.

Xabar nutqiy akti.

Lakto-G ichak mikroflorasi muvozanatining buzilishi, ya'ni disbakteriozning oldini olish va davolashda yordam beradi. Lakto-G antibiotiklar bilan davolanadigan keyingi disbakteriozlarni barataraf etadi («Lakto-G» vositasi reklama matnidan).

Mazkur tibbiy reklamada adresant adresatlarga disbakteriozni davolashda Lakto-G samarali vosita ekanligi xususida axborot beradi.

O'z farzandining sog'lig'iga befarq bo'lmagan yosh oilalar kichkintoyda og'riq yoki isitma kuzatishsa, qanday dori vositasini qo'llashni aniq bilishadi. Chunki ular Braveks suspenziyasini tanlashgan («Braveks» vositasi reklama matnidan).

Reklama matnida tibbiy vosita xususida axborot berish yetakchilik qiladi. Ushbu nutqiy aktda xabar mazmuni bilan bir qatorda, «siz ham qo'llang» mazmuni implitsit shaklda ifodalanadi.

Mushaklar og'riyaptimi? Sen esa og'riqqa rad javobini ber! Bel o'zi haqida eslatyaptimi? Sen javoban natija ber! Og'riq faoligingni kamaytirdimi? Kapsikam bilan yanada faol bo'! Bo'g'im va mushaklardagi og'riqni yengillashtiruvchi qizdiruvchan ta'sirga ega surtma. Kapsikam – og'riqqa qarshi yechim («Kapsikam» vositasi reklama matnidan).

Reklama matnidan savol nutqiy akti bilan yonma-yon maslahat nutqiy akti anglashiladi. Kuzatishlar tibbiy reklamalarda nutqiy aktning semantik xususiyatlariga ko'ra maslahat va tavsiya nutqiy aktlari faol qo'llanishda ekanligini ko'rsatdi.

Pragmalingvistlar struktural xususiyatlariga ko'ra nutqiy aktlarning lokutiv, illokutiv, perlokutiv kabi turlari mavjudligini qayd etadilar. Lokutiv akt o'z navbatida tarkibiy tuzilishiga ko'ra fonetik, fatik va retik kabi aktlardan tashkil topadi. Lokutiv aktning namoyon bo'lishini televideniye orqali e'lon qilinaotgan tibbiy reklamalar misolida yoritishga harakat qilamiz.

Fonetik aktning o'ziga xos xususiyati nutqda mavjud birliklarning fonetik me'yorlarga amal qilgan holda to'g'ri talaffuz qilinishida namoyon bo'ladi. Bunda tovush, so'z va qurilmalarni to'g'ri talaffuz qilish vazifasi bajariladi.

Noto'g'ri ovqatlanish yoki ortiqcha miqdorda yeyilgan taom og'irlik hissini paydo qilishi mumkin. Festal bor. U og'irlik hissi va qorin dam bo'lishini kamaytiradi. Shuningdek, oshqozonosti bezi faoliyatini yengillashtiradi. Festal. Hazmi taom uchun uch tomonlama ta'sir («Festal» dori vositasi reklama matnidan).

Mazkur tibbiy reklamada fonetik akt segment (nutq tovushlari va bo'g'in) va supersegment (urg'u, ohang, melodika, pauza) birliklar mavjud fonetik meyorlarga amal qilingan holda voqelangan. Ayrim hollarda fonetik akt o'zining bajaruvchi vazifasiga zid ravishda tovush, so'zlarni talaffuz qilishda me'yor buzilishi mumkin:

Galavit yordam beradi.

Yordam beradi.

Yordam beradi.

Yoydam beyadi.

Yordam beradi... («Galavit» dori vositasi reklama matnidan).

Tibbiy reklama matnidan anglashiladiki, **yoydam beyadi** jumlasida «r» tovushini talaffuz qilishda muammosi bor adresant tomonidan aytiladi. Yana ham aniqrog'i, kichik yoshdagi bola tilidan talaffuz etiladi. Tovushlarning ma'lum aksent bilan talaffuz qilinishi pragmatik to'siq (adresant o'z fikrini adresatga yetkazishda muammolarga duch keladi, buning sababi nutqda so'zlarni noo'rin qo'llash, shu bilan birga, talaffuzdagi muammo tufayli so'z noto'g'ri tushunilishi mumkin; ayrim hollarda

adresatlar adresantni umuman tushunmaydilar)ni yuzaga keltirishi manbalarda qayd etiladi. Yuqoridagi tibbiy reklamada bolajon tilidan aytilgan «yoydam beyadi» jumlasini o'zbek adresati uchun tushunarli bo'lishi mumkin (birinchidan, kundalik turmushda tez-tez bu kabi talaffuzga duch kelamiz, ikkinchidan, reklamada bolajondan oldingi va keyingi ishtirokchilar aynan shu jumlaning to'g'ri talaffuz orqali takrorlashadi). Biroq o'zbek tiliga begona bo'lgan, qolaversa, o'zbek tilini endi o'rganayotgan adresatlar uchun bu jumla tushunarsiz bo'lishi, pragmatik to'siqni yuzaga keltirishi tabiiy.

Xullas, og'zaki tibbiy reklamalarda lokutiv aktning barcha tarkibiy qismlari (fonetik, fatik, retik aktlar) namoyon bo'ladi. Yozma shakldagi tibbiy reklamalarda esa talaffuz ishtirok etmagani uchun lokutiv akt voqelanmaydi.

Illokutiv nutqiy akt kommunikativ intensiya bilan bog'liq tushuncha hisoblanadi. Illokutiv fe'llar nutqiy faoliyatdan ko'zlangan asosiy maqsadni to'g'ridan-to'g'ri ifodalaydi. Tibbiy reklamalarda kommunikativ maqsad illokutiv fe'llar vositasida yuzaga chiqqan o'rinarlar mavjud:

+99871 207 60 67 raqamiga **qo'ng'iroq qiling** va mahsulotga **buyurtma bering**. («*Vertera forte*» vositasi reklama matnidan).

+998 71 207 50 09 raqamiga **qo'ng'iroq qiling** va **buyurtma bering!** («*Laminariy niqobi*» gigiyenik vositasi reklama matnidan).

Dorixonalardan so'rang! («*Ekodray*» gigiyenik vositasi reklama matnidan).

Ta'kidlanganidek, jamiki tijoriy tibbiy reklamalardan ko'zlangan asosiy maqsad tibbiy mahsulotni sotish, tibbiy xizmatdan foydalanuvchilarni ko'paytirish hisoblanadi. Misol tariqasida tibbiy reklamadan keltirilgan yuqoridagi parchalarda illokutsiya (kommunikativ niyat) *qo'ng'iroq qiling*, *buyurtma bering* kabi illokutiv fe'llar yordamida ifodalangan. Qayd etish lozimki, barcha tijoriy tibbiy reklamalarda illokutiv fe'llar ishtirok etmaydi. Bunday reklamalarda illokutsiya implitsit shaklda ifodalangan bo'ladi.

Xullas, kuzatishlar tibbiy reklamalarda nutqiy aktlarning iltimos, hurmat, buyruq, hukm, talab, maslahat... kabi mazmundagi ko'rinishlari, sistem-struktur xususiyatiga ko'ra lokutiv nutqiy akt (fonetik nutqiy akt, fatik nutqiy akt, retik nutqiy akt); illokutiv nutqiy akt; perlokutiv nutqiy aktlar namoyon bo'lishini ko'rsatdi. Tibbiy reklamalarda semantik xususiyatlariga ko'ra maslahat va tavsiya nutqiy aktlari faol qo'llanishdadir. Aksariyat tibbiy reklamalarda illokutsiya *qo'ng'iroq qiling*, *buyurtma bering* kabi illokutiv fe'llar yordamida ifodalangan. Biroq barcha tijoriy tibbiy reklamalarda illokutiv fe'llar ishtirok etmaydi. Bunday reklamalarda illokutsiya implitsit shaklda ifodalangan bo'ladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI:

1. Сафаров Ш. Прагмалингвистика. – Тошкент: Ўзбекистон миллий энциклопедияси, 2008.
2. Ҳақимов М., Газиёва М. Прагмалингвистика асослари. Дарслик. – Тошкент: Classic, 2020.
3. D.R.Sobirova Tibbiy reklama matnlarini yaratish usullari.//Academic research in educational sciences volume 2 | Issue 3 | 2021 ISSN: 2181-1385 Scientific Journal Impact Factor (SJIF) 2021: 5.723 Academic Research, Uzbekistan 1242 www.ares.uz
4. Sobirova D.R. Qisqalik–samarali tibbiy reklama yaratishning muhim omili. “Soha lingvistikasi: tilshunoslik va tibbiyot integratsiyasining muammolari, yechimlari hamda istiqbollari” mavzusidagi xalqaro ilmiy-amaliy anjumani. Buxoro, 2021-yil, 11-noyabr.

UO'K 811.111

LINGVOMADANIY KONSEPTNING SHAKLLANISHI VA O'ZIGA XOS XUSUSIYATLARI

D.M.Turakulova, o'qituvchi, O'zbekiston Davlat Jahon tillari Universiteti, Toshkent

Annotatsiya. Ushbu maqolada so'nggi yillarda zamonaviy tilshunoslikda shakllanib borayotgan konsept atamasining lingvomadaniy tahlili, shakllanishi va mazmun mohiyati yoritilgan bo'lib, konseptning lingvokulturologiyada tutgan o'rni tahlil qilinadi. Shuningdek, konsept muammosining dolzarbliligi hamda lingvomadaniy tavsifi jahon va o'zbek tilshunos olimlari fikrlari misolida tavsif qilingan.

Kalit so'zlar: Konsept, lingvomadaniyatshunoslik, lingvomadaniy tahlil, tafakkur, zamonaviy tilshunoslik.